

CAS Corporate Communications

Alle Zeichen stehen auf integrierte Kommunikation. Entsprechend wandelt sich das Handwerk. Die Digitalisierung, immer neue Formen und Formate der Kommunikation und die Erwartungen Ihrer Kunden, Mitarbeitenden, Vorgesetzten und anderer Bezugsgruppen machen Ihre Profession zu einem der faszinierendsten und anspruchsvollsten Betätigungsfelder. Dabei gilt es, strategische Aspekte und Macherqualitäten mit interdisziplinären Denk- und Handlungsansätzen zu vereinen und in crossmedial sachgerechte Kommunikationslösungen zu überführen. Mit dem Zertifikatslehrgang CAS Corporate Communications erhalten Sie das Rüstzeug dafür.

Eine Kombination von Best Practice und State of the Art

Sie lernen, die Dialog- und Integrationsfähigkeit Ihrer Organisation zu unterstützen und so zu deren Wertschöpfung beizutragen. Ob in der Privatwirtschaft, öffentlichen Verwaltung, Politik oder in Verbänden oder Non-Profit-Organisationen: Am Ende geht es in der Kommunikation immer und überall darum, für interne und externe Anspruchsgruppen den richtigen Massnahmenmix zu entwickeln bzw. die gewünschte Wahrnehmung mit zeitgemässen Methoden und Instrumenten bei den relevanten Zielgruppen zu verankern.

Der CAS Corporate Communications verschafft Ihnen dazu den Überblick. Sie erkennen kommunikative Chancen und Risiken und treffen die richtigen Schlussfolgerungen für eine nachhaltig wirksame Kommunikation.

Der CAS ist u. a. an die Studiengänge MAS Business Communications, DAS Business Communications und DAS Consumer Communications der HWZ anrechenbar.

Ihr Nutzen

- ✔ Brücke zwischen wissenschaftlicher Expertise und unternehmerischer Praxis
- ✔ Kombination von Best Practice und State of the Art
- ✔ Ziel- und Wirkungsorientierung
- ✔ Steigerung Ihrer beruflichen Wettbewerbsfähigkeit
- ✔ Fit für anspruchsvolle Aufgaben

Facts & Figures

Abschluss

«Certificate of Advanced Studies ZFH in Corporate Communications»

Anerkennung

15 ECTS-Kreditpunkte

Pensum

Berufsbegleitender Studiengang.
100-prozentige Arbeitstätigkeit möglich.

Beginn

Kompaktlehrgang (Bestandteil des MAS):
Januar

Standardlehrgang (in sich abgeschlossen):
April und September

Die genauen Studiendaten finden Sie auf der Website.

Dauer

CAS Corporate Communications Kompakt: 18 Präsenztage und 12 ECTS-Kreditpunkte

CAS Corporate Communications Standard: 23 Präsenztage und 15 ECTS-Kreditpunkte

Anzahl Teilnehmende

Die Studiengruppe umfasst maximal 26 Teilnehmende.

Studienort

Das Studium findet im Gebäude «Sihlhof» im Herzen von Zürich statt. Der Sihlhof befindet sich direkt beim Hauptbahnhof, im trendigen Stadtteil der Europaallee.

Studiengebühren

Die aktuellen Studiengebühren finden Sie auf der Website.

Website

www.fh-hwz.ch/cascoc

Wahrnehmungen ziel- und wirkungsorientiert managen

Ziele und Perspektiven

- Sie sind in der Lage, hochaktuelle Unternehmenskommunikationsmassnahmen über sämtliche Kanäle zu entwickeln und zu managen.
- Sie kennen die Funktionen, Beziehungsfelder und Teilbereiche der Corporate Communications.
- Sie kennen die Methodik der strategischen Unternehmenskommunikation und können konkrete Problemstellungen konzeptionell angehen.
- Sie erkennen die spezifischen Kommunikationsbedürfnisse von internen und externen Dialog- und Anspruchsgruppen.
- Sie eignen sich Beratungs- und Führungskompetenzen an, um Kommunikationsprozesse erfolgreich zu gestalten und Botschaften zu vertreten.
- Sie können die gängigen Kommunikationsinstrumente nach innen und aussen sinnvoll koordinieren und einsetzen und mit externen Fachpartnern erfolgreich zusammenarbeiten.
- Nach dem erfolgreichen Abschluss weisen Sie zusätzliches Rüstzeug auf, um eine verantwortungsvolle Spezialisten- oder Führungsfunktion im Bereich Marketing/Kommunikation zu übernehmen.

Teilnehmende

Der Studiengang richtet sich an (leitende) Mitarbeitende mit direkten oder angrenzenden Aufgaben in der Unternehmens- oder Marketing-Kommunikation aus:

- Grossunternehmen
- KMUs
- Agenturen
- Öffentlichen Betrieben
- NGOs
- NPOs

Angesprochen sind ambitionierte Menschen, die ihre Fähigkeiten im Bereich Unternehmens- und Marketing-Kommunikation auf höherer Stufe fachlich fundiert, methodisch und persönlich verbessern oder auf den neuesten Stand bringen wollen. Der CAS Corporate Communications eignet sich für Fachleute mit und ohne Führungserfahrung und Professionals, welche Unternehmens- und Marketing-Kommunikationsaufgaben heute oder in Zukunft verantworten.

Zulassung

Zugelassen zum berufsbegleitenden Studiengang CAS Corporate Communications sind Personen, die mindestens einen Bachelor haben. Zusätzlich wird von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine mindestens zweijährige berufliche Tätigkeit im Bereich der Kommunikation erwartet.

Andere Abschlüsse können «sur dossier» zugelassen werden, wenn die berufliche Erfahrung inhaltlich adäquat ist.

Aufbau und Inhalt des Studiengangs

Der interdisziplinäre Studiengang behandelt die aktuelle Unternehmenskommunikation umfassend und verbindet Theorie und Praxis. Er zeigt das theoretische Fundament zur Perfektionierung der Kommunikation und vermittelt erfolgreiche Lösungen aus der Praxis.

Interdisziplinär und integral

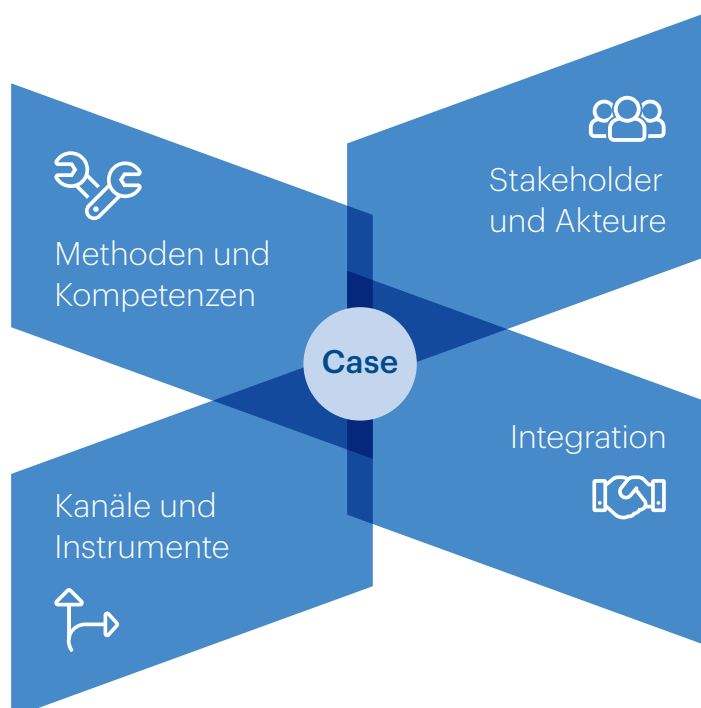
Der CAS Corporate Communications ist in vier Teile gegliedert:

1. Methoden und Kompetenzen
2. Stakeholder und Akteure
3. Kanäle und Instrumente
4. Integration

Die Schlüsselinhalt dieses Studiengangs sind so gewählt, dass das Spannungsfeld, in dem sich die Unternehmenskommunikation heutzutage bewegt, perfekt abgebildet und umfassend behandelt werden kann.

Schlüsselinhalt

- Grundlagen und Modelle der PR
- Kommunikations- und Medienrecht
- Konzeption der operativen Unternehmenskommunikation in einem strategischen Kontext
- Medienarbeit, professionelles Schreiben und Redigieren
- Innerbetriebliche Kommunikation
- Spezialdisziplinen der PR und Corporate Communications (Krisenkommunikation, Investor Relations, Public Affairs, Live Communication, Branding, Sponsoring etc.)
- Integrierte Kommunikation
- Coaching und Gruppenmoderation
- Medien-/Kameratraining (fakultativ)
- Content Marketing und Social Media



Modulbeschriebe

Teil 1: Methodenkompetenz

Im Teil 1 geht es um die Grundlagen der Kommunikation. Dazu gehören ein Blick auf die wissenschaftlichen Grundlagen der Corporate Communications, die gründliche Auseinandersetzung mit der Methodik der Erarbeitung eines Kommunikationskonzepts, ein Textworkshop und Kommunikationsrecht.

- Wissensmethodik im Team
- Wissenschaftliche Grundlagen der Corporate Communications
- Messaging und Content Marketing
- Kommunikationskonzept
- Digitale Kommunikation
- Schreiben und Redigieren
- Kommunikations- und Medienrecht

Teil 2: Stakeholder und Akteure

Teil 2 befasst sich mit interner Kommunikation, mit Medienarbeit, mit Investor Relations und Public Affairs.

- Interne Kommunikation
- Medienarbeit
- Investor Relations
- Public Affairs
- Staat/öffentliche Verwaltung
- NPOs

Teil 3: Kanäle und Instrumente

Im Teil 3 ist von Marketing Communications, von Branding und Sponsoring, aber auch von Corporate Publishing, Online-Kommunikation und Live Communication die Rede.

- Live Communication
- Sponsoring
- Digitale Kommunikation
- Branding
- Marketing Communications

Teil 4: Integration

Teil 4 führt die Erkenntnisse zusammen. Sie können das Erlernte interdisziplinär miteinander verbinden, Wechselbeziehungen erkennen und sinnvoll für Ihr Unternehmen und Ihre Marken nutzen.

- Coaching/Konzeptarbeit
- Smartphone-Film
- Schreiben und Redigieren
- Krisenkommunikation
- Corporate Identity & Reputation Management
- Medientraining (fakultativ)

«Der CAS Corporate Communications vermittelt praxisbezogenes Wissen über eine breite Palette von Kommunikationskanälen und bildet eine ideale Basis für integriertes, strategisches Kommunikationsmanagement.»

Charlotte Schweizer
Abteilungsleiterin Kommunikation bei der FMH, Verbindung der Schweizer Ärztinnen und Ärzte

Ihre Experten

Dozierende

Der Kreis der Dozierenden rekrutiert sich aus Vertretern von führenden Markenartiklern, Marketing-, Werbe-, PR- und Online-Agenturen, Unternehmens- und Kommunikationsberatern sowie Hochschuldozierenden mit reicher Praxiserfahrung und hohem Praxisbezug.

Zu den Dozierenden gehören unter anderem:

Dominik Allemann

Co-Inhaber & CEO,
Bernet Relations

Dr. Dr. Elisa Bortoluzzi

Beraterin, Dozentin & Autorin,
Sponsoring- und
Kommunikationsberatung

Prof. Dr. Ivo Hajnal

Universität Innsbruck,
Schweizerische Text Akademie

Prof. Dr. Christian Pieter Hoffmann

Professor for Communication
Management, Universität Leipzig

Dr. Marcel Kamm

Geschäftsführer,
kommunikationsplan gmbh

Walter Thomas Lutz

Gründer & Geschäftsführer,
Lutz Public Relations

Dr. Marcus Stumpf

Professor für Marketing und
Markenmanagement,
FOM Hochschule Essen

Marion Tarrach

Beraterin & Trainerin,
Tarrach Kommunikation

Partner

Die HWZ ist bestens mit renommierten Unternehmen aus der Wirtschaft, aber auch mit der öffentlichen Verwaltung und NGOs vernetzt. Dies zeigt sich beispielsweise anhand von echten Aufgabenstellungen, die Sie in Teams für externe Auftraggeber lösen, an Gastrednern an Anlässen und qualifizierten Gastreferenten im Unterricht.

So sind im Laufe der Zeit schon Hunderte von Lösungsvorschlägen von Studierenden der HWZ erarbeitet worden. Nicht wenige davon wurden von den Auftraggebern umgesetzt.

Sie und die Studiengruppe

Mit Ihrem bisherigen Rucksack aus Aus- und Weiterbildung sowie Ihrer beruflichen Tätigkeit sind auch Sie und alle anderen Studiengruppenmitglieder Expertinnen und Experten auf einem bestimmten Gebiet. In einer spannenden, heterogen zusammengesetzten Studiengruppe profitieren alle voneinander, indem alle ihr Wissen und ihre Erfahrung aktiv einbringen, teilen und erweitern können.

«Erst überzeugt die Leitidee: Aus der Praxis für die Praxis. Dann zeigt sich der Mehrwert durch die konzeptionelle Vernetzung, welche diesen CAS zu einem Erfolgsgarant macht. Täglich kann ich Inhalte in meine Tätigkeiten einbauen und erfolgreich umsetzen. Kurz gesagt: Checked and recommended!»

Glenn Mueller

Chef Realisation Kommunikation Verteidigung,
Eidgenössisches Departement für Verteidigung
Bevölkerungsschutz und Sport VBS

Ihr Kontakt



Studiengangsleiter

Rob Hartmans

Hirzel.Neef.Schmid.Konsulenten

Rob Hartmans studierte Geschichte und Politik an der Universität Zürich, absolvierte an der Universität St. Gallen (HSG) eine BWL-Weiterbildung und blickt auf 30 Jahre Erfahrung in der Kommunikationsbranche zurück. Zuletzt leitete Hartmans während acht Jahren die Helsana-Kommunikation. 2015 machte er sich selbstständig und betreute seither Organisationen und Persönlichkeiten bezüglich Strategie, Kommunikation und Politik. Seit Juli 2018 ist er Partner beim Beratungsunternehmen Hirzel.Neef.Schmid.Konsulenten und berät schwerpunktmässig Kunden aus der Versicherungs- und Pharmabranche.

Auskunft/Beratung

Für allgemeine Informationen zur HWZ und zu diesem Studium wenden Sie sich bitte an das Master-Sekretariat: 043 322 26 88, master@fh-hwz.ch

Vertiefende Fragen beantwortet Ihnen der Studiengangsleiter gerne. Er steht Ihnen auch für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung. Bitte vereinbaren Sie einen Termin online oder telefonisch mit dem Master-Sekretariat.

Informationsveranstaltungen

Aktuelle Daten finden Sie auf www.fh-hwz.ch/infoabende.

Check-in

Für Ihre Anmeldung benutzen Sie bitte das entsprechende Formular auf unserer Website:

www.fh-hwz.ch/cascoc

Rob Hartmans

rob.hartmans@fh-hwz.ch



Berufsbegleitend studieren Profitieren Sie von unserem Erfolgsmodell

Der konsequente Praxisbezug und die hoch qualifizierende Weiterbildung ermöglichen es Ihnen, Beruf und Studium optimal zu kombinieren und das Gelernte unmittelbar im eigenen Unternehmen anzuwenden. Bereiten Sie Ihren nächsten Karriereschritt vor. Wir unterstützen Sie. Mitten in Zürich, direkt beim Hauptbahnhof.

Wir sind für Sie da

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich liegt direkt beim Hauptbahnhof Zürich, im Sihlhof, an der Lagerstrasse. Parkplätze befinden sich nur wenige Gehminuten entfernt im City Parking. Nebst moderner Infrastruktur bietet der «Sihlhof» einen auch architektonisch eindrucklichen Weiterbildungsrahmen sowie ein lebendiges und vielseitiges kulinarisches Angebot im Stadtteil Europaallee.

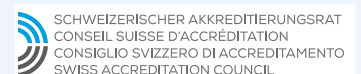


HWZ Career Model

Die laufende Entwicklung der persönlichen und fachlichen Fähigkeiten ist heute ein fester Bestandteil des Berufslebens. Die HWZ begleitet Sie auf jeder Karrierestufe mit den richtigen Aus- und Weiterbildungsprogrammen: Bachelor-Studiengänge als solide Karrieregrundlage. Diplom- und Zertifikatslehrgänge für den Erwerb von Zusatzqualifikationen in einem Fachbereich. Master-Studiengänge zur Vertiefung der beruflichen Qualifikation und persönlichen Kompetenz. Die Academy mit Intensivseminaren für erfahrene Führungskräfte und Unternehmen. Alle setzen die richtigen Akzente für Ihren persönlichen, beruflichen Erfolg.



Akkreditierung



Institutionell akkreditiert nach
HFKG 2016-2022